

# 2017-2022年中国健身行业 全景调研及投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国健身行业全景调研及投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/7741286QIP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

健身行业2000年才正式在国内起步，历时10余年，2014年全国规模以上健身俱乐部已发展到5764家，健身人群多达千万人，但是和发达国家相比，这数字确是微乎其微，欧美国家，国家兴建的体育馆很少，其他基本都是私人健身俱乐部，私人健身会所，健身在国外的普及率非常高，发达国家经常去健身房运动人群占20&mdash;30%。

随着我国经济的飞速发展，人们生活水平的不断提高，大家的健身意识已经越来越强，人们花在健身上的费用和时间也越来越多。2014年10月，中国政府网公布了《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，《意见》指出，要加快政府职能转变，进一步简政放权，并将全民健身上升为国家战略。规划到2025年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

健身运动起源于欧美,是人们为了实现身体健康、塑造身材的需求而专门进行的体育运动，主要包括器械练习、健美操、形体操以及各类自抗力动作（如平板支撑）等，可分为器械锻炼和非器械锻炼。

### 健身运动的分类

健身服务行业的产业链较短。上游主要为健身设施提供商，包括健身器械生产商、商业地产商、健身补剂生产商等参与者；中游健身服务提供商是健身产业的主体，主要分为商业健身俱乐部和公共设施提供者两大类；下游主要是健身消费者，包含个人消费者及向员工提供健身服务的企业客户。

### 健身行业的产业链关系

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国健身行业全景调研及投资前景分析报告》共八章。首先介绍了健身相关概念及发展环境，接着分析了中国健身规模及消费需求，然后对中国健身市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身面临的机遇及发展前景。您若对中国健身有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

## 报告目录：

### 第一部分 产业环境透视

#### 第一章 2014-2016年中国健身行业分析 1

##### 第一节 2014-2016年中国健身行业发展概况 1

###### 一、2015年中国健身行业发展概况 1

我国商业健身行业有望迎来快速成长期。在普及期结束后，2011-2015年我国健身行业遭遇阶段性瓶颈，增速有所放缓。2015年健身热情升温、公共健身设施、新型健身俱乐部等出现降低了门槛，商业健身行业重启快速增长。据《2016年健身教练职业发展研究报告》，2015年我国健身市场规模约300亿元，同增14%，健身房数量超过1万家，同增约20%。截至2016年8月15日，全国共有国家职业资格持证教练34,560人，同增77%。

2008-2015年全国63个城市健身俱乐部数量变化

2008-2015年全国63个城市健身俱乐部会员数

###### 二、2016年中国健身行业发展概况 6

##### 第二节 宏观经济分析 39

##### 第三节 2014-2016年中国健身行业总体运行情况 75

###### 一、2014-2016年中国健身企业数量及分布 75

###### 二、2014-2016年中国健身行业从业人员统计 77

### 第二部分 行业深度分析

#### 第二章 2014-2016年中国健身行业规模分析 79

##### 第一节 2014-2016年中国健身行业资产负债状况分析 79

###### 一、2014-2016年中国健身行业总资产状况分析 79

###### 二、2014-2016年中国健身行业应收账款状况分析 80

###### 三、2014-2016年中国健身行业流动资产状况分析 80

###### 四、2014-2016年中国健身行业负债状况分析 80

##### 第二节 2014-2016年中国健身行业销售及利润分析 81

###### 一、2014-2016年中国健身行业销售收入分析 81

###### 二、2014-2016年中国健身行业产品销售税金情况 83

###### 三、2014-2016年中国健身行业利润增长情况 83

###### 四、2014-2016年中国健身行业亏损情况 84

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第三章 2014-2016年中国健身行业成本费用分析   | 86 |
| 第一节 2014-2016年中国健身行业成本费用结构分析 | 86 |
| 第二节 2014-2016年中国健身行业销售成本情况   | 87 |
| 第三节 2014-2016年中国健身行业销售费用情况   | 87 |
| 第四节 2014-2016年中国健身行业管理费用情况   | 88 |
| 第五节 2014-2016年中国健身行业财务费用情况   | 88 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第四章 2014-2016年中国健身行业区域结构分析   | 89 |
| 第一节 2014-2016年东北地区健身行业市场现状分析 | 89 |
| 第二节 2014-2016年华北地区健身行业市场现状分析 | 91 |
| 第三节 2014-2016年华东地区健身行业市场现状分析 | 92 |
| 第四节 2014-2016年华南地区健身行业市场现状分析 | 93 |
| 第五节 2014-2016年华中地区健身行业市场现状分析 | 94 |
| 第六节 2014-2016年西北地区健身行业市场现状分析 | 95 |
| 第七节 2014-2016年西南地区健身行业市场现状分析 | 96 |

### 第三部分 竞争格局分析

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第五章 2014-2016年中国健身行业整体评价  | 98  |
| 第一节 2014-2016年中国健身行业盈利能力  | 98  |
| 一、2014-2016年中国健身行业毛利率     | 98  |
| 二、2014-2016年中国健身行业资产利润率   | 99  |
| 三、2014-2016年中国健身行业销售利润率   | 99  |
| 四、2014-2016年中国健身行业成本费用利润率 | 100 |
| 第二节 2014-2016年中国健身行业偿债能力  | 100 |
| 第三节 重点企业分析                | 101 |
| 一、深圳市中航健身时尚股份有限公司         | 102 |
| 二、北京青鸟健身有限公司              | 105 |
| 三、一兆韦德                    | 108 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第六章 中国健身行业投资与发展前景分析 | 110 |
| 第一节 中国健身行业投资机会分析    | 110 |
| 一、可以投资的中国健身模式       | 110 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 二、2017-2022年中国健身投资机会       | 113 |
| 第二节 2017-2022年中国健身行业发展预测分析 | 115 |
| 一、未来中国健身发展分析               | 115 |
| 二、未来中国健身行业技术开发方向           | 121 |
| 三、总体行业“十三五”预测              | 122 |
| 第三节 2017-2022年中国健身行业市场规模预测 | 124 |

## 第七章 2017-2022年投资风险分析 128

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 第一节 中国健身行业存在的瓶颈 | 128 |
| 第二节 竞争风险分析      | 130 |
| 第三节 市场风险分析      | 131 |
| 第四节 管理风险分析      | 132 |
| 第五节 投资风险分析      | 133 |

## 第四部分 发展战略研究

### 第八章 专家观点与结论 135 (ZY ZM)

#### 第一节 中国健身行业营销策略分析及建议 135

|              |     |
|--------------|-----|
| 一、中国健身行业营销模式 | 135 |
| 二、中国健身行业营销策略 | 137 |

#### 第二节 行业应对策略 147

|              |     |
|--------------|-----|
| 一、把握国家投资的契机  | 147 |
| 二、竞争性战略联盟的实施 | 148 |
| 三、企业自身应对策略   | 149 |

#### 第三节 市场的重点客户战略实施 153

|                |     |
|----------------|-----|
| 一、实施重点客户战略的必要性 | 153 |
| 二、合理确立重点客户     | 153 |
| 三、重点客户战略管理     | 155 |
| 四、重点客户管理功能     | 157 |

#### 第四节 健身行业发展战略研究 157

|          |     |
|----------|-----|
| 一、战略综合规划 | 157 |
| 二、产业规划   | 162 |
| 三、品牌营销战略 | 164 |

- 四、竞争战略规划 172
- 五、市场细分策略 175
- 六、创新战略 176
- 七、差异化战略 180

图表目录：

- 图表：2016年俱乐部停业涉及金额前五地区
- 图表：2016年全国健身俱乐部停业事件时间分布
- 图表：2014-2016年GDP增长率%
- 图表：2010-2016年中国健身俱乐部数量
- 图表：2016年全国省会城市连锁健身俱乐部数量前五城市
- 图表：2016年全国省会城市连锁健身俱乐部数量
- 图表：2010-2016年中国健身行业从业人数
- 图表：2010-2016年中国健身行业总资产
- 图表：2010-2016年中国健身行业资产负债率
- 图表：2010-2016年中国健身俱乐部会员数量
- 图表：2010-2016年中国健身俱乐部销售收入
- 图表：2010-2016年中国健身行业销售税金总额
- 图表：2010-2016年中国健身行业利润增长率
- 图表：中国健身机构成本构成
- 图表：2017-2022年中国健身俱乐部会员数量预测
- 图表：2017-2022年中国健身行业销售收入预测
- 图表：2017-2022年中国健身行业净资产收益率增长预测
- 图表：2017-2022年中国健身行业资产负债率预测
- 图表：2017-2022年中国健身行业流动比率预测
- 图表：2017-2022年中国健身行业总资产周转率预测
- 图表：2017-2022年中国健身行业净利润增长率预测
- 图表：2009-2016年中国城镇居民家庭平均每百户健身器材拥有量

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/7741286QIP.html>